

Analisis efektifitas iklan surat kabar Kompas ditinjau dari faktor ukuran dan warna menggunakan metode eye tracking = Analysis of the Effectiveness of Kompas newspaper advertising in term of size and color factors using eye tracking method

Adissa Andam Dewi, auhtor

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20313636&lokasi=lokal>

Abstrak

Berbagai macam jenis promosi produk barang/jasa dilakukan oleh produsen untuk memperkenalkan produk mereka, salah satu bentuk promosinya adalah melalui iklan. Terdapat beberapa media untuk menempatkan iklan, dimana media surat kabar memiliki beberapa keuntungan dibandingkan media lainnya. Persaingan antar produsen mengharuskan mereka memilih iklan yang efektif. Penelitian ini berfokus pada melihat efektifitas dari iklan yang digemari sebagian besar pemasang iklan pada surat kabar menggunakan metode eye tracking. Penelitian dilakukan dengan melihat dua faktor, yaitu faktor ukuran dan warna dimana didapatkan hasil bahwa faktor ukuran (3 kolom dan 4 kolom) ataupun interaksi diantara kedua faktor tidak mempengaruhi durasi fiksasi secara signifikan. Yang mempengaruhi durasi fiksasi secara signifikan adalah faktor warna (hitam putih dan warna).

.....Various types of goods/services promotion performed by the company to introduce their products, a form of promotion is through advertising. There are several media to place an ad, in which newspaper has several advantages than other media. Competition among companies requiring them to choose an effective ad. This research focuses on looking at the effectiveness of some of the most popular ads in the newspaper using eye tracking methods. The study was conducted by looking at two factors, size and color factors, which showed that size factor (3 columns and 4 columns) or the interaction between them do not affect significantly the duration of fixation. That significantly affect the duration of fixation is a factor of color (black & white and color).